

นวัตกรรมของกระบวนการผลิตชิ้นงานโฆษณาทางโทรทัศน์ ด้วยหลักการระบบการจัดการข้อมูลผลิตภัณฑ์

AN INNOVATIVE TV COMMERCIAL PRODUCTION BASED ON PRODUCT DATA MANAGEMENT PRINCIPLE

พัชรินทร์พร นครชัย (Patcharinporn Nakornchai)¹ พีระพนธ์ โสฬสสถิตย์ (Perapon Sophatsathit)²
และ อัจฉรา จันทร์ฉาย (Achara Chandrachai)³

¹ภาควิชาธุรกิจเทคโนโลยีและการจัดการนวัตกรรม (สหสาขา) คณะบัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

²ภาควิชาคณิตศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์ศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

³ภาควิชาพาณิชยศาสตร์ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการสร้างสรรค
นวัตกรรมโครงสร้างระบบผลิตชิ้นงานโฆษณาทางโทรทัศน์
โดยใช้หลักการระบบการจัดการข้อมูลผลิตภัณฑ์ ซึ่งเป็นระบบ
ที่มีพื้นฐานจากระบบโครงสร้างการจัดเก็บฐานข้อมูลผลิตภัณฑ์
เพื่อการออกแบบได้อย่างครอบคลุม และเชื่อมโยงทั้ง
โครงสร้างการผลิต นำมาประยุกต์ใช้กับการผลิตชิ้นงาน
โฆษณาทางโทรทัศน์ โดยนำไปพัฒนาโครงสร้าง
สถาปัตยกรรมการผลิตชิ้นงานโฆษณา ซึ่งรวบรวมข้อมูลทุก
ภูมิจากเอกสาร งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลปฐมภูมิจากการ
สัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เชี่ยวชาญ ประโยชน์ของการพัฒนา
นวัตกรรมนี้เป็นการนำความรู้เทคโนโลยีกับแนวคิดใหม่
สนับสนุนการผลิตงานโฆษณาที่รวดเร็ว มีประสิทธิภาพสูง
และลดค่าใช้จ่ายในเชิงพาณิชย์โดยรวมได้ดี

คำสำคัญ: โฆษณาทางโทรทัศน์, ระบบการจัดการข้อมูล
ผลิตภัณฑ์, นวัตกรรมการผลิตโฆษณาโทรทัศน์

Abstract

The objective of this research is to establish an
innovative TV commercial production system based on
product data management technique. The underlying
principle employs product data structure management
system to support and cover the entire product design and
manufacturing process. The adaption toward TV
commercials renders an architectural approach which
integrates related works and in-depth interview with

experts. The benefits from combining technology and
new ideas will entail shorter TV commercial production
time at higher efficiency, thereby reducing total business
expenditure.

Keyword: TV commercial, product data management,
innovative TV commercial production

1. บทนำ

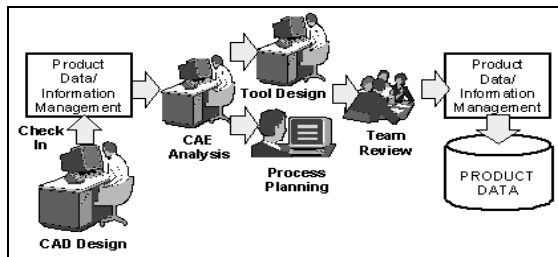
สื่อโทรทัศน์ นับเป็นสื่อที่ทรงอิทธิพลต่อผู้คนในโลก
ปัจจุบันเป็นอย่างมาก ด้วยเทคโนโลยีอันทันสมัยที่ถูกพัฒนาไป
อย่างรวดเร็วในทุกๆด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เทคโนโลยี
ทางการสื่อสารที่มีอิสระและเปิดกว้าง ก่อให้เกิดการ
สื่อสารในรูปแบบต่างๆเกิดขึ้นมากมาย เพื่อให้ตอบรับกับการ
เปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี หากเราสามารถพัฒนาขั้นตอนการ
ทำงานในรูปแบบเดิม โดยการนำเอาหลักการที่มีอยู่แล้วมา
ผนวกเข้ากับแนวคิดใหม่ ก่อให้เกิดนวัตกรรมที่สามารถ
นำมาใช้แก้ปัญหา พัฒนา ปรับปรุงคุณภาพของชิ้นงานแบบเก่า
ให้ดีขึ้นอย่างมีศักยภาพ ดังเช่นนวัตกรรมโครงสร้างระบบผลิต
ชิ้นงานโฆษณาทางโทรทัศน์ โดยอาศัยหลักการระบบการจัดข้อมูล
ผลิตภัณฑ์ หรือ PDM ซึ่ง PDM ถือเป็นระบบที่รู้จักกันมา
นานในวงการวิศวกรรม ด้วยการดึงเอาคุณสมบัติของการ
จัดเก็บ การเข้าถึง ตลอดจนการเชื่อมโยงข้อมูล ของโครงสร้าง
ทั้งระบบการทำงานได้อย่างครอบคลุมรวมถึงการตรวจสอบ
แก้ไข จากผู้รับผิดชอบในขั้นตอนต่างๆ ได้อย่างรวดเร็ว เป็น
ขั้นตอนอย่างมีระบบ [1] อันเป็นการสร้างสรรค์นวัตกรรมของ

กระบวนการผลิตชิ้นงานโฆษณาทางโทรทัศน์อย่างไม่เคยปรากฏมาก่อน

บทความนี้จะกล่าวถึงรายละเอียดของงานวิจัย โดยเริ่มจากวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง วัตถุประสงค์ของการวิจัย วิธีที่นำเสนอ นวัตกรรมกระบวนการผลิตชิ้นงานโฆษณาทางโทรทัศน์ด้วยหลักการระบบการจัดการข้อมูลผลิตภัณฑ์ และสรุปผลวิจัย

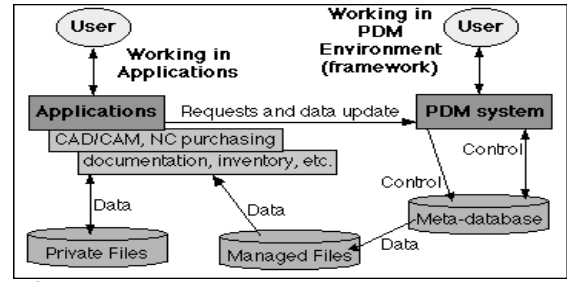
2. วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การสร้างสรรคั่นวัตกรรมชิ้นนี้ เป็นการรวม 2 ศาสตร์ ในการผลิตชิ้นงานเข้าด้วยกัน นั่นก็คือ ระบบการจัดการข้อมูลผลิตภัณฑ์ (Product data management หรือ PDM) เข้ากับการผลิตโฆษณาทางโทรทัศน์ที่ออกอากาศในช่วงชั้นรายการของสถานีโทรทัศน์ (Spots)



ภาพที่ 1 แสดงตัวอย่างการทำงานของระบบการจัดการข้อมูลผลิตภัณฑ์

PDM เริ่มเป็นที่รู้จักตั้งแต่ปี 1980 [2] ที่มีระบบการผลิตที่มีโครงสร้างใหญ่ในระดับอุตสาหกรรม เช่น โรงงานผลิตรถยนต์ ดังภาพที่ 1 โดยมีจุดประสงค์พื้นฐานเพื่อควบคุมรายการวัสดุทั้งหมดของฝ่ายวิศวกรรม ซึ่งประกอบด้วยรายการชิ้นส่วนต่างๆ และระบบย่อยๆ ที่ประกอบเข้าด้วยกันได้ มีการเก็บไฟล์งานไว้ภายในเครื่องตัวเอง หรือเครื่องแม่ข่าย (Server) ที่สามารถใช้งานร่วมกันผ่านระบบเครือข่ายคอมพิวเตอร์ ทำให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องเลือกใช้ แก้ไข เปลี่ยนแปลงข้อมูลเพิ่มเติมได้สะดวกรวดเร็ว การจัดเก็บข้อมูลแต่ละรายการจะจัดเข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบตามการนำมาประกอบกันของผลิตภัณฑ์ หรือตามโครงสร้างผลิตภัณฑ์ (Product Structure) ดังภาพที่ 2 ซึ่งในแต่ละรายการของโครงสร้างผลิตภัณฑ์ จะประกอบด้วยข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับชิ้นส่วนนั้น ๆ เช่น drawing ไฟล์ CAD 3 มิติ รูปภาพจริง ผลการทดสอบทางกายภาพ ซึ่งหมายถึงข้อมูลในหนึ่งรายการจะเชื่อมโยงกับข้อมูลอื่นๆ อีกมากมาย



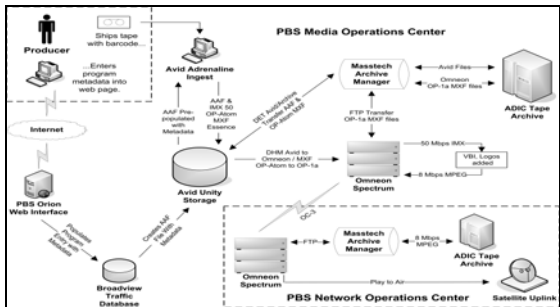
ภาพที่ 2 แสดงความสัมพันธ์ระหว่าง องค์ประกอบต่างๆ ใน PDM

นอกจากนี้ PDM ยังถูกนำมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาเพื่อปรับปรุงกระบวนการทำงานของระบบต่างๆ K.K. Leong, K.M. Yu, W.B. Lee [3] ได้ทำการวิจัยเกี่ยวกับการกำหนดข้อมูลผลิตภัณฑ์เพื่อสร้าง model สำหรับระบบการจัดการข้อมูลผลิตภัณฑ์แบบกระจาย (Distributed PDM หรือ DPDM) เพื่อปรับปรุงกระบวนการทำงานให้ดีขึ้น มีส่วนประกอบสำคัญคือ object-oriented database (OODBMS) และเทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตในการเชื่อมโยงส่วนต่างๆ เข้าด้วยกัน

C. FORZA และ F. SALVADOR [4] ได้วิจัยเครื่องมือในการรองรับการจัดการผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายรูปแบบ ศึกษาความเกี่ยวข้อง คุณลักษณะพิเศษ และความสัมพันธ์กันระหว่าง 3 ระบบด้วยกัน คือ ระบบโครงสร้างพื้นฐานของผลิตภัณฑ์ (product configuration systems (PC) ระบบการจัดการข้อมูลผลิตภัณฑ์ และระบบการจัดการความสัมพันธ์ระหว่างลูกค้า (customer relationship management systems (CRM) โดยกล่าวถึงรูปแบบการใช้งานของ PDM ที่สนับสนุนการใช้งานการด้านจัดการผลิตภัณฑ์ที่หลากหลาย 3 ประการคือ (1) จัดเก็บ รวบรวม แยกประเภท เอกสารข้อมูลผลิตภัณฑ์ (2) จัดการเอกสาร รวบรวม และแบ่งแยกประเภทเอกสารที่อยู่ยากซับซ้อน (3) ควบคุมและประสานงาน กิจกรรมต่างๆ ที่เกิดขึ้น ภายใต้คำสั่งที่แตกต่างกันไปในแต่ละกิจกรรม งานวิจัยนี้ แสดงให้เห็นถึงศักยภาพในการนำไปประยุกต์กับโครงสร้างการจัดการผลิตภัณฑ์ในหลายประเภท ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับประเภทงาน หากมีการนำไปใช้โดยการนำเอาหลักการอื่นๆ มาประยุกต์ร่วม ก็จะสามารถนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ครอบคลุมได้มากขึ้น

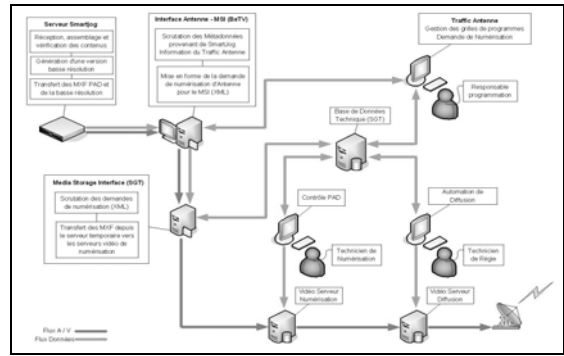
Gilmer, B. [5] และคณะได้กล่าวถึงกระบวนการทำงาน การกำหนดคุณลักษณะข้อมูล และการจัดการข้อมูล โดยการนำมาประยุกต์ใช้กับสถานีโทรทัศน์ PBS เพื่อใช้เชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานต่างๆ ด้วยการเก็บรวบรวมข้อมูล

รวมถึงการกำหนดลักษณะของข้อมูล (Metadata) จำแนกประเภทไฟล์ ภาพ เสียง และประเภทข้อมูลต่างๆ เพื่อให้ง่ายต่อการค้นหา และเรียกใช้ ขั้นตอนวิธีที่ใช้หลักการ wrappers และ metadata ซึ่งมีพื้นฐานมาจาก AAF (Advanced Authoring Format) ที่ใช้ในขั้นตอนการผลิต และ MXF (Material eXchange Format) ที่ใช้หลังการผลิต จุดมุ่งหมายเดิมคือใช้เปลี่ยนแปลงรายการหรือแยกประเภทรายการ เมื่อนำ 2 Format นี้มาพัฒนารวมกันก็พบว่า เกิดผลดีถึง 3 ข้อเกี่ยวกับการพัฒนาสถานีและการออกอากาศ คือ (1) ในแง่ความชัดเจนของภาพที่สามารถดึงมาใช้ได้โดยไม่ต้องผ่านเทปและเครื่องมือ (2) ทำให้คงความชัดเจน สามารถเรียกใช้ได้อย่างรวดเร็ว และปรับเปลี่ยนง่าย (3) ลดความผิดพลาดของการส่งผ่านข้อมูลระหว่างผู้ควบคุมการผลิตรายการ (Producer) โดยเฉพาะอย่างยิ่งสถานีที่มีการออกอากาศหลายเครือข่าย ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 PBS ingest and playout workflow

ในปี 2008 Smart Jog server [6] เสนอ กระบวนการออกอากาศโฆษณาทางโทรทัศน์ (TV commercials) ด้วยการวิเคราะห์ศึกษาจากสถานีโทรทัศน์ในประเทศเบลเยียม ซึ่งประยุกต์ RMB (Régie Média Belge Workflow) และ BeTV สำหรับกระบวนการทั้งหมด ทำให้ทั้งข้อมูลและไฟล์งานสเปคโฆษณาที่ผลิตขึ้นส่งเข้าสู่กระบวนการออกอากาศแบบ real time เมื่อมีการส่งข้อมูล ข้อมูลจะถูกแปลงสัญญาณอัตโนมัติให้เป็นสัญญาณดิจิทัล ส่งต่อไปยัง Smart Jog server และออกอากาศได้ทันที ไม่ต้องผ่านการแปลงสัญญาณ (Digitized) นานเหมือนวิธีเก่า ดังภาพที่ 4 วิธีนี้สามารถส่งชิ้นงานโฆษณา จัดตารางเวลาออกอากาศได้รวดเร็ว ประหยัดเวลาถึง 50-60% เมื่อเปรียบเทียบกับเทคโนโลยีแบบเดิม นอกจากนี้ยังลดจำนวนผู้เกี่ยวข้องลง คงเหลือเพียงผู้ควบคุมคุณภาพเท่านั้น



ภาพที่ 4 แสดงกระบวนการของ Smart Jog Server

มีการพัฒนาโครงสร้าง PDM เกี่ยวกับคุณสมบัติรูปแบบ และความเชื่อมโยงของโครงสร้างและระบบเทคโนโลยี ให้สามารถใช้งานได้ง่ายและหลากหลายสำหรับเทคโนโลยีสารสนเทศที่เชื่อมโยงกับระบบอินเทอร์เน็ต ทำให้สามารถวิเคราะห์ความยืดหยุ่นในการปรับใช้กับกระบวนการผลิตชิ้นงานโฆษณาทางโทรทัศน์ ซึ่งมีกระบวนการที่เชื่อมโยงกับแผนการผลิตต่างๆ รูปแบบไฟล์ชนิดต่างๆ ทั้งเอกสารที่เป็นกระดาษและดิจิทัล จากการศึกษาเทคโนโลยีในการพัฒนารูปแบบการเชื่อมโยงเครือข่ายการส่งสัญญาณออกอากาศสเปคโฆษณาทางโทรทัศน์ พบว่าการพัฒนามักเน้นเฉพาะส่วนท้ายสุดของกระบวนการ คือการนำชิ้นงานโฆษณาที่ผลิตเสร็จเรียบร้อยแล้วออกอากาศอย่างรวดเร็วและแม่นยำ ประหยัดการใช้แรงงานคน ลดการใช้เทป และเกิดความผิดพลาดน้อยที่สุดในงานวิจัยของ Gilmer, B. และคณะ ได้ให้ความสำคัญของการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อทำเป็นฐานข้อมูลส่วนต่างๆ ที่เกี่ยวข้องในการผลิตชิ้นงานของสถานีโทรทัศน์ PBS ซึ่งใช้เป็นแนวทางศึกษาสำหรับงานวิจัยนี้ได้เป็นอย่างดี

มุนินทร์ ชูฉัตร [7] ได้วิจัยเกี่ยวกับการออกแบบและพัฒนาระบบงานผลิตรายการโทรทัศน์ โดยอ้างอิงจากระบบการทำงานของ อ.ส.ม.ท. (ช่อง 9) เป็นกรณีศึกษาโดยออกแบบระบบการผลิตงานโทรทัศน์ทั้งสิ้น 5 ระบบ คือ (1) ระบบส่วนรายการ (2) ระบบส่วนผลิตรายการโทรทัศน์ (3) ระบบส่วนศิลปกรรมและออกแบบ (4) ระบบส่วนสารคดี (5) ระบบแผนกธุรการรายการ การออกแบบยึดหลักการออกแบบฐานข้อมูลเชิงสัมพันธ์ ระบบงานคอมพิวเตอร์แบบโครงสร้าง โดยจัดทำฐานข้อมูลของทุกระบบ เพื่อความสะดวกรวดเร็วในการจัดเก็บสืบค้น เลือกลง และเปลี่ยนแปลงข้อมูล อาทิ การปรับปรุงผังรายการ กระทั่งกันที่เกิดอยู่บ่อยครั้ง ทำให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง

สามารถปรับปรุงข้อมูล รับรู้การเปลี่ยนแปลงได้ทันเวลา รวมถึงง่ายต่อการปรับผังรายการซึ่งเวลาน้อยลงจากเดิม ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงการสรุปผลการทำงานระบบงานใหม่กับระบบงานเดิม

รายละเอียด	ระบบเดิม	ระบบใหม่
การเปลี่ยนแปลงผังรายการโทรทัศน์	3 วัน	15 นาที
การจัดเตรียมผังรายการ	1 เดือน	5 วัน
การประเมินผลรายการ	3 เดือน	1 นาที
การเบิก-จ่ายอุปกรณ์งานผลิตรายการ	7 วัน	1 วัน
งานรายการสารคดี	15 วัน	2 วัน
งานธุรการรายการโทรทัศน์	15 วัน	3 วัน

จะเห็นว่าหลักการที่กล่าวทั้งหมดนี้ เป็นส่วนหนึ่งในหลักการสำคัญของการพัฒนานวัตกรรม โครงสร้าง ในการจัดการระบบเชื่อมโยง โครงสร้างการสร้างสรรคงานผลิตโฆษณาทางโทรทัศน์ แล้วบูรณาการกับ PDM เพื่อการเก็บรวบรวม จำแนกประเภทฐานข้อมูล เชื่อมโยงระหว่างแผนกต่างๆ ทั้งระบบ ทำให้ขั้นตอนทั้งหมดสามารถดำเนินการเสร็จสิ้นได้ภายในเวลาน้อยลง ใช้คนน้อยลง แต่ยังคงคุณภาพของภาพและเสียงในการออกอากาศได้เหมือนต้นแบบก่อนผลิต ซึ่งคุณภาพของชิ้นงานเป็นสิ่งสำคัญที่สุดสิ่งหนึ่ง ในระบบการผลิตโฆษณาโทรทัศน์

3. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

3.1 เพื่อศึกษาและพัฒนาวัตกรรมการกระบวนการผลิตชิ้นงานโฆษณาทางโทรทัศน์ ตลอดจน โครงสร้าง ในการจัดการระบบเชื่อมโยงงานผลิตโฆษณาทางโทรทัศน์ โดยอาศัยหลักการ PDM

3.2 เพื่อศึกษาแนวทางสร้างสรรค์การผลิตชิ้นงานโฆษณาโทรทัศน์ในรูปแบบใหม่ ที่ง่าย สะดวกรวดเร็ว ประหยัดเวลา และลดความเสี่ยงของทรัพยากรมนุษย์ และวัสดุ (เทพ) ภายใต้รูปแบบระบบ โครงสร้าง PDM

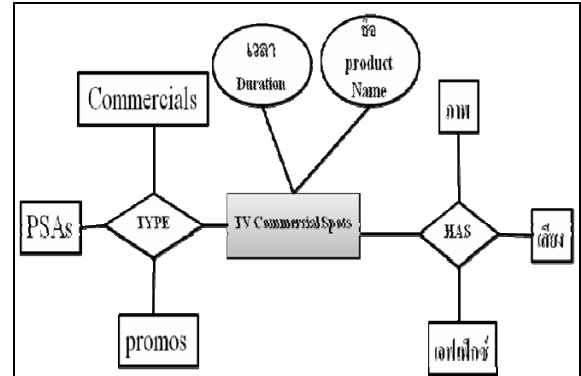
4. วิธีที่นำเสนอ

นวัตกรรมกระบวนการผลิตชิ้นงานโฆษณาทางโทรทัศน์ด้วยหลักการระบบการจัดการข้อมูลผลิตภัณฑ์ นำเสนอกระบวนการผลิตชิ้นงานโฆษณาทางโทรทัศน์ในรูปแบบใหม่ มีการออกแบบขั้นตอนการทำงานครอบคลุมทั้งกระบวนการ สร้างแนวคิดใหม่ในการสร้างสรรค์ผลงานด้วยการนำเอาเทคโนโลยีเข้ามาผสมผสาน ทั้งศาสตร์และศิลป์ มี

การจัดทำฐานข้อมูลด้วยการแยกประเภทส่วนประกอบของงานโฆษณาออกเป็นส่วนต่างๆ ได้ 3 ประเภท [8] คือ

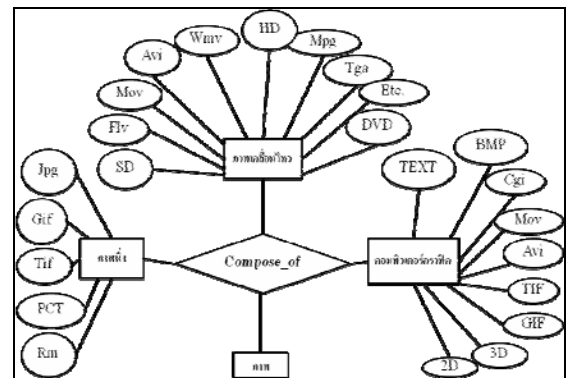
- Public service announcements (PSAs)
- Program promotional announcements (promos)
- sales advertising (commercials)

งานวิจัยนี้ได้จำแนกส่วนประกอบของงานโฆษณาสามารถจำแนกออกเป็น 3 ส่วนคือ ภาพ เสียงและเอฟเฟ็คส์ ดังภาพที่ 5



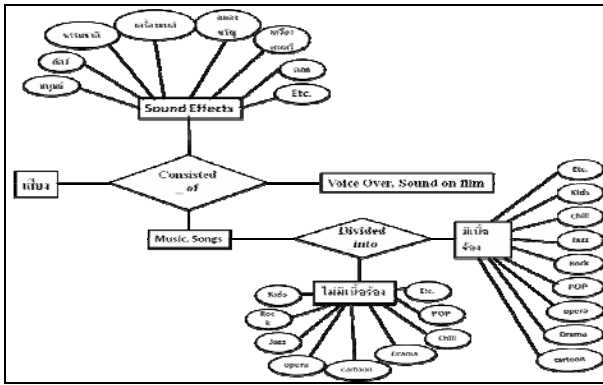
ภาพที่ 5 แสดงประเภท และส่วนประกอบของชิ้นงานโฆษณาทางโทรทัศน์

ในส่วนของภาพสามารถจำแนกโครงสร้างได้ออกเป็น 3 ประเภท คือ ภาพเคลื่อนไหว ภาพนิ่ง และคอมพิวเตอร์กราฟิก โดยในภาพแต่ละชนิดจะบรรจุไว้ด้วยไฟล์นามสกุลต่างๆดังแสดงในภาพที่ 6



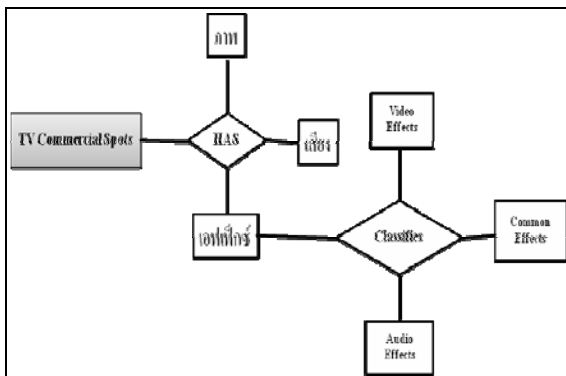
ภาพที่ 6 แสดงส่วนประกอบของภาพในการผลิตชิ้นงานโฆษณาทางโทรทัศน์

สำหรับโครงสร้างเสียงประกอบด้วย เพลง-ดนตรี เสียงพากย์-เสียงในฟิล์ม และเสียงประกอบ เพลงสามารถจำแนกออกได้เป็น 2 ประเภทคือ ดนตรี (ไม่มีเนื้อร้อง) และเพลง (มีเนื้อร้อง) ซึ่งแบ่งเป็นประเภทเพลงต่างๆ ดังแสดงในภาพที่ 7



ภาพที่ 7 แสดงส่วนประกอบของเสียงในการผลิตชิ้นงานโฆษณาทางโทรทัศน์

สำหรับ เอฟเฟกซ์ ดังแสดงในภาพที่ 8 แบ่งได้เป็น 3 ประเภท คือ เทคนิคพิเศษทางภาพ เทคนิคพิเศษทางเสียง และเทคนิคพิเศษอื่นๆ เช่น การเปลี่ยนภาพ เข้า-ออก เป็นต้น

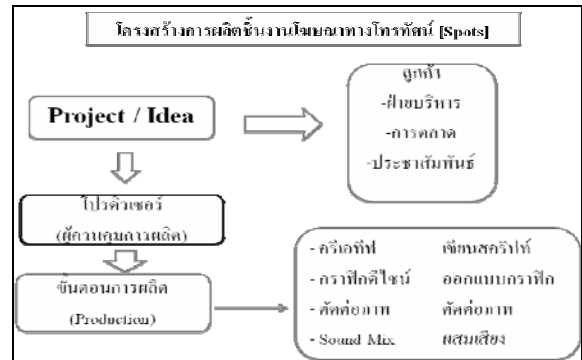


ภาพที่ 8 แสดงส่วนประกอบของเอฟเฟกซ์ในการผลิตชิ้นงานโฆษณา

5. วัฏจักรกระบวนการผลิตชิ้นงานโฆษณาทางโทรทัศน์ด้วยการระบบการจัดการข้อมูลผลิตภัณฑ์

หากจะกล่าวถึงกระบวนการผลิตชิ้นงานโฆษณาแบบดั้งเดิม จะพบว่าไม่มีขั้นตอนการผลิตที่ค่อนข้างซับซ้อนและใช้เวลาในการผลิตมาก ดังภาพที่ 9 และ 10 ซึ่งมีขั้นตอนการทำงานที่ต้องใช้ผู้เชี่ยวชาญเฉพาะทาง (Technician) ดูแลรับผิดชอบงานในแต่ละแผนก เช่น แผนกถ่ายทำ (Production) ช่างกล้อง (Camera man) ช่างไฟ (Lighting) ช่างตัดต่อ (Editor) ช่างผสมเสียง (Sound Engineer) ฝ่ายเดินเทป (Traffic) ฝ่ายคอมพิวเตอร์กราฟิก (Computer Graphics) และฝ่ายตรวจสอบ (Audit) เป็นต้น ในการผลิตชิ้นงานโฆษณาแต่ละชิ้น จะต้องประสานงานเพื่อความร่วมมือจากทุกฝ่าย โดยเฉพาะความสามารถเฉพาะด้านและประสบการณ์ ถือเป็นส่วนสำคัญในการผลิตงานแต่ละชิ้นออกมา ก่อนจะผ่านกระบวนการผลิตทั้งหมดออกมาเป็นชิ้นงานหนึ่งชิ้นนั้น จะต้องใช้จำนวนคนจาก

ทุกฝ่ายจำนวนประมาณ 7-10 คนหรือมากกว่านั้น มักใช้เวลาในการผลิต 3-5 วัน หรือนานกว่า ขึ้นอยู่กับประเภทของชิ้นงานโฆษณานั้นๆ



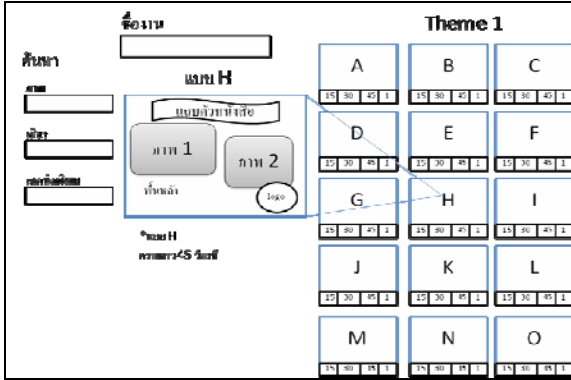
ภาพที่ 9 แสดงโครงสร้างการผลิตชิ้นงานโฆษณาทางโทรทัศน์ในรูปแบบเดิม



ภาพที่ 10 แสดงขั้นตอนการผลิตชิ้นงานโฆษณา TV ในรูปแบบเดิม

นวัตกรรมกระบวนการสร้างสรรค์ชิ้นงานโฆษณาทางโทรทัศน์ประยุกต์แนวคิดการเพิ่มหรือลบส่วนประกอบงานได้ตามความต้องการของผู้ออกแบบชิ้นงาน โดยดึงจาก PDM ซึ่งได้ implement เป็นซอฟต์แวร์ เพื่อช่วยให้เห็นภาพการ "ประกอบ" ชิ้นงานโฆษณา ใช้หลัก Drag and Drop ในการเลือกภาพ เสียง เพลง กราฟิก และส่วนประกอบต่างๆ ที่ต้องการสำหรับการสร้างชิ้นงาน ซึ่งส่วนประกอบทั้งหมดถูกรวบรวมและจำแนกประเภทไว้ในฐานข้อมูลอย่างครบถ้วน ผู้ผลิตเพียงเลือกแล้ววางลงบนรูปแบบสำเร็จรูปตามต้องการ ดังตัวอย่างภาพที่ 11 เพียงเท่านั้นก็จะสำเร็จเป็นชิ้นงานโฆษณาทางโทรทัศน์ภายในเวลาอันรวดเร็ว แล้วเชื่อมโยงกับฝ่ายผลิตอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องได้ทันที การอัปเดต ดึงภาพ เสียง เพลง หรือกราฟิกใหม่ๆ ก็สามารถทำได้จากฐานข้อมูล นอกจากนี้การเปลี่ยนแปลง แก้ไขคำสั่งโดยผู้ที่เกี่ยวข้องในสายการทำงาน ก็สามารถทำได้ภายในเวลาอันรวดเร็ว เพราะการเชื่อมต่อกันแบบครบถ้วนของทั้งกระบวนการทำงาน เป็นการลดขั้นตอน

ประหัตร์พยากรณ์ และวัสดุอื่นๆ เช่น เทป แนวทางดังกล่าว จึงถือเป็นนวัตกรรมใหม่ที่ง่าย ไม่ว่าใครก็สามารถทำได้ โดยไม่ต้องอาศัยประสบการณ์การทำงานสูงเหมือนการผลิตชิ้นงานแบบเดิม



ภาพที่ 11 ตัวอย่างต้นแบบการสร้างสร้งสร้งชิ้นงานโฆษณา TV สำเร็จรูป



ภาพที่ 12 แสดงภาพตัวอย่างหน้าจอแสดงภาพจริงที่เสร็จสมบูรณ์

ภาพที่ 12 แสดงภาพโฆษณาประเภท Listing ที่เสร็จสมบูรณ์ จะเห็นว่ารูปแบบนี้ช่วยสร้งสร้งงานที่ต้องอาศัยข้อมูลมาก ถูกต้องแม่นยำ รวมทั้ง เป็นงานที่สามารถทำได้จำนวนมากในเวลาเดียวกัน โดยในแต่ละรูปแบบก็จะมีข้อดีและแนวคิดที่แตกต่างกันไป ช่วยให้งานสร้งสร้งชิ้นงานโฆษณาเป็นเรื่องง่ายขึ้นอย่างไม่เคยปรากฏมาก่อนในวงการโฆษณาโทรทัศน์ตามผลการวิจัยเปรียบเทียบในตารางที่ 2

6. สรุปผลวิจัย

กระบวนการสร้งสร้งชิ้นงานโฆษณาทางโทรทัศน์ใหม่นี้ นอกจากจะเป็นนวัตกรรมของการผสมผสาน 2 เทคโนโลยีเข้าไว้ด้วยกันซึ่งยังไม่มีการค้าเนินการมาก่อนในวงการการผลิตชิ้นงานโฆษณาทางโทรทัศน์ จุดแข็งของงานวิจัยดังกล่าวคือการประยุกต์เทคโนโลยีที่มีอยู่แล้ว ภายใต้กรอบการค้าเนินงานที่บูรณาการสารสนเทศที่เชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบทำให้เกิดแนวทางใหม่ๆ ในการสร้งสร้งชิ้นงานแล้ว นับเป็น

การสร้งกระบวนการใหม่ที่สนับสนุนการผลิตชิ้นงานโฆษณาทางโทรทัศน์จากระบบ manual เป็นอัตโนมัติ เพื่อตอบสนองกับความเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีในปัจจุบันที่ต้องการความรวดเร็วและสมบูรณ์ แต่ยังคงไว้ซึ่งความสวยงามทางด้านศิลปะอย่างแท้จริง สิ่งที่จะต้องทำต่อในอนาคตคือการวิจัยเพื่อนำไปสู่การพัฒนาฐานความรู้ที่จะช่วยในขั้นตอนวิธีการสร้งสร้งงานที่สามารถเลือกส่วนประกอบที่เหมาะสมกับความต้องการได้เอง เช่น เลือกภาพ เพลง เสียงประกอบโฆษณาให้เข้ากับสาระของการโฆษณาได้ โดยเกี่ยวข้องกับผู้ผลิตชิ้นงานน้อยที่สุด ดังเช่นผลเปรียบเทียบการทำงานในระบบประมวลผลการผลิตชิ้นงานโฆษณาทางโทรทัศน์ต่อเดือน โดยคิดเป็นจำนวนชิ้นดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงการเปรียบเทียบระหว่างกระบวนการผลิตชิ้นงานโฆษณาทางโทรทัศน์รูปแบบเดิมและนวัตกรรมใหม่

รายละเอียด	รูปแบบเดิม	นวัตกรรมใหม่	หมายเหตุ
เวลา	3 - 5 วัน	30 นาที	ต่อชิ้นงาน
จำนวน/เดือน	26 ชิ้น	มากกว่า 50 ชิ้น	
ค่าใช้จ่าย	> 200,000 บาท	50,000-100,000	ต่อเดือน
ทักษะ	สูง	ปานกลาง	
ความผิดพลาด	ปานกลาง - ต่ำ	ต่ำ	
ความสิ้นเปลือง	สูง	ไม่มี	เทป

7. เอกสารอ้างอิง

- [1] Kenneth Crow, "Product Data Management/Product Information Management" DRM Associates.
- [2] Miller, Ed "What is PDM". *Mechanical Engineering Magazine*. The American Society of Mechanical Engineers. http://www.memagazine.org/backissues/members_only/october98/features/pdm/what_is.html.
- [3] K.K. Leong, K.M. Yu, W.B. Lee "Product data allocation for distributed product data management system", 27 October 2001.
- [4] C. FORZA and F. SALVADOR "Application support to product variety management" *International Journal of Production Research* Vol. 46, No. 3, 1 February 2008, 817-836.
- [5] Gilmer, B., Workflow, "Metadata, and File Management", *The MXF Book: An Introduction to the Material exchange Format.*, Focal Press, 2006.
- [6] "workflow of advertising spots begins in Belgium with use of the SmartJog service", July 2008 <http://www.smartjog.com>.
- [7] มุนินทร์ ชูญูระ "การออกแบบและพัฒนาระบบงานผลิตรายการโทรทัศน์" ปรญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตรคอมพิวเตอร์ ภาควิชาวิศวกรรมคอมพิวเตอร์ คณะวิศวกรรมศาสตร จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2543
- [8] Spots: *Public Service Announcements, Program Promotions, and Commercials*, chapter 5 & 6.